

SENTENCIA DEL TRIBUNAL DE PRIMERA INSTANCIA (Sala Tercera)
de 11 de mayo de 2005 *

En los asuntos acumulados T-160/02 a T-162/02,

Naipes Heraclio Fournier, S.A., con domicilio social en Vitoria, representada por el Sr. E. Armijo Chávarri, abogado,

parte demandante,

contra

Oficina de Armonización del Mercado Interior (marcas, dibujos y modelos) (OAMI), representada inicialmente por el Sr. J. Crespo Carrillo, y posteriormente por los Sres. O. Montalto e I. de Medrano Caballero, en calidad de agentes,

parte demandada,

* Lengua de procedimiento: español.

y en el que la otra parte en el procedimiento ante la Sala de Recurso de la OAMI, interviniente ante el Tribunal de Primera Instancia, es

France Cartes SAS, con domicilio social en Saint-Max (Francia), representada por el Sr. C. de Haas, abogado,

que tiene por objeto un recurso interpuesto contra tres resoluciones de la Sala Segunda de Recurso de la OAMI de 28 de febrero de 2002 (asuntos R 771/2000-2, R 770/2000-2 y R 766/2000-2), relativas a los procedimientos de anulación entre Naipes Heraclio Fournier, S.A., y France Cartes SAS,

EL TRIBUNAL DE PRIMERA INSTANCIA
DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (Sala Tercera),

integrado por el Sr. M. Jaeger, Presidente, y la Sra. V. Tiili y el Sr. O. Czúcz, Jueces;

Secretario: Sr. I. Natsinas, administrador;

vistos los escritos de demanda y de réplica presentados en la Secretaría del Tribunal de Primera Instancia, respectivamente, el 17 de mayo de 2002 y el 16 de junio de 2003;

vistos los escritos de contestación y de dúplica de la OAMI presentados en la Secretaría del Tribunal de Primera Instancia, respectivamente, el 22 de noviembre de 2002 y el 5 de agosto de 2003;

vistos los escritos de contestación y de dúplica de la interviniente presentados en la Secretaría del Tribunal de Primera Instancia, respectivamente, el 22 de noviembre de 2002 y el 7 de noviembre de 2003;

vista la acumulación de los presentes asuntos a efectos de la fase escrita, de la fase oral y de la sentencia, con arreglo al artículo 50 del Reglamento de Procedimiento del Tribunal de Primera Instancia,

celebrada la vista el 30 de noviembre de 2004;

dicta la siguiente

Sentencia

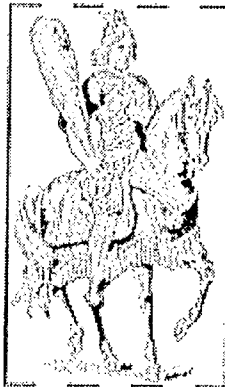
Antecedentes del litigio

- 1 El 1 de abril de 1996, la demandante presentó tres solicitudes de marca comunitaria ante la Oficina de Armonización del Mercado Interior (marcas, dibujos y modelos) (OAMI), en virtud del Reglamento (CE) n° 40/94 del Consejo, de 20 de diciembre de 1993, sobre la marca comunitaria (DO 1994, L 11, p. 1), en su versión modificada.

- 2 En el asunto T-160/02, la marca cuyo registro se solicitó es el signo figurativo reproducido a continuación, que, según la descripción de los colores contenida en la solicitud, es de color azul, azul pálido, amarillo y rojo y representa una «espada».



- 3 En el asunto T-161/02, la marca cuyo registro se solicitó es el signo figurativo reproducido a continuación, que, según la descripción de los colores contenida en la solicitud, es de color rojo, amarillo, verde, ocre, marrón, azul y azul pálido.



- 4 En el asunto T-162/02, la marca cuyo registro se solicitó es el signo figurativo reproducido a continuación, que, según la descripción de los colores contenida en la solicitud, es de color amarillo, ocre, blanco, rojo, azul y verde.



- 5 Los productos para los que se solicitó el registro pertenecen a la clase 16 del Arreglo de Niza relativo a la Clasificación Internacional de Productos y Servicios para el Registro de Marcas, de 15 de junio de 1957, en su versión revisada y modificada, y corresponden a la descripción siguiente: «naipes».
- 6 Las marcas solicitadas se registraron el 15 de abril de 1998.
- 7 De los documentos obrantes en autos se desprende que la demandante obtuvo el registro como marca comunitaria de 23 marcas figurativas que representan naipes españoles o símbolos que figuran en estos naipes, entre ellas las tres marcas que acaban de describirse.

- 8 Igualmente, de los autos se desprende que la demandante era titular de derechos de autor sobre la representación de todos los 48 naipes de la baraja española hasta el 10 de febrero de 2000.

- 9 El 7 de abril de 1999, la interviniente solicitó la anulación de estos registros en virtud del artículo 51, apartado 1, letra a), del Reglamento n° 40/94, alegando, por un lado, que a estos registros les eran aplicables los motivos de denegación absolutos previstos por el artículo 7, apartado 1, letras b) a e), inciso iii), de dicho Reglamento y, por otro lado, que la demandante había actuado de mala fe al presentar las solicitudes de marca.

- 10 El 15 de junio de 2000, la División de Anulación desestimó las solicitudes de anulación de las marcas controvertidas, por considerar que los registros eran conformes a Derecho y condenó en costas a la interviniente.

- 11 El 19 de julio de 2000 la interviniente interpuso tres recursos ante la OAMI, en virtud de los artículos 57 a 62 del Reglamento n° 40/94.

- 12 Mediante resoluciones de 28 de febrero de 2002 (asuntos R 771/2000-2, R 770/2000-2 y R 766/2000-2) (en lo sucesivo, «resoluciones impugnadas»), notificadas a la demandante el 9 de marzo de 2002, la Sala Segunda de Recurso estimó los recursos de la interviniente y anuló las resoluciones de la División de Anulación de 15 de junio de 2000. La Sala de Recurso consideró que los signos carecían de carácter distintivo en el sentido del artículo 7, apartado 1, letra b), del Reglamento n° 40/94, y que eran descriptivos en el sentido del artículo 7, apartado 1, letra c), del mismo Reglamento, ya que el usuario medio de esos naipes estimaría que reflejan una característica de los naipes españoles.

Pretensiones de las partes

13 La demandante solicita al Tribunal de Primera Instancia que:

— Anule las resoluciones impugnadas.

— Condene en costas a la OAMI.

14 La OAMI solicita al Tribunal de Primera Instancia que:

— Desestime los recursos.

— Condene en costas a la demandante.

15 La interviniente solicita al Tribunal de Primera Instancia que:

— Confirme las resoluciones impugnadas.

— Declare nulas las marcas comunitarias de que se trata.

- Condene a la demandante a cargar con las costas de la interviniente en los procedimientos de anulación y de recurso.

Sobre la admisibilidad de las pretensiones y motivos de la interviniente

- 16 La demandante alega que las pretensiones y los motivos de la interviniente no pueden ser tomados en consideración por el Tribunal de Primera Instancia en la medida en que no están dirigidos a anular o revocar las resoluciones impugnadas. Según la demandante, el Tribunal de Primera Instancia no puede confirmar las resoluciones impugnadas y simultáneamente estimar pretensiones destinadas a que el Tribunal de Primera Instancia declare la nulidad de las marcas de que se trata por motivos de denegación distintos a los considerados en las resoluciones impugnadas.
- 17 A este respecto, el Tribunal de Primera Instancia recuerda que, en virtud del artículo 134, apartado 2, del Reglamento de Procedimiento, los intervinientes tienen los mismos derechos procesales que las partes principales. Pueden intervenir en apoyo de las pretensiones de una parte principal y formular pretensiones y motivos autónomos respecto de los de las partes principales. En virtud del apartado 3 del mismo artículo, las partes intervinientes, en su escrito de contestación, pueden formular pretensiones dirigidas a anular o revocar la resolución de la Sala de Recurso en un punto no planteado en el recurso e invocar motivos no alegados en éste.
- 18 Por tanto, la interviniente podía formular pretensiones y motivos distintos de los de las partes principales. La interviniente concluyó su escrito de contestación en los siguientes términos: «Por tanto, se pide al Tribunal que confirme [las resoluciones impugnadas], que revoc[aron] la[s] decisi[ones] de la Sala Primera de Anulación; que declare nula[s] la[s] marca[s] [de que se trata] y que condene a la [demandante] para que cargue con las costas de los procedimientos de la anulación y de los recursos de [la interviniente].» Según la demandante, de las pretensiones de la interviniente no

se desprende explícitamente que ésta tuviera la intención de que el Tribunal de Primera Instancia revocara o modificara las resoluciones impugnadas con arreglo a las disposiciones del artículo 7, apartado 1, letras a), d) y e), inciso iii), del Reglamento nº 40/94 y, con carácter subsidiario, al artículo 51, apartado 1, letra b), del mismo Reglamento.

- 19 Procede leer las pretensiones de la interviniente, expuestas en el apartado 62 de su escrito de contestación, de forma conjunta con los apartados 8 y 9. Según el apartado 8, «se solicitó [léase, solicita] al Tribunal que confirmara [léase, confirme] [las decisiones impugnadas] en cuanto a que [se] juzgó que [los] [signos estaban desprovistos] de carácter distintivo para designar los naipes en el conjunto de la Comunidad amparándose en los artículos 7[, apartado] 2, y 7[, apartado] 1, [letras] (b) y (c), del [Reglamento nº 40/94], y decir [léase, que declare] que [las marcas son nulas] basándose en el artículo 7[, apartado] 1[, letras] (a), (d) y (e) [, inciso] iii), del [Reglamento nº 40/94] y subsidiariamente en el artículo 51 [, apartado] 1[, letra] (b), del [Reglamento nº 40/94]». Según el apartado 9, «sin embargo, se solicitó [léase, solicita] al Tribunal que corrigiera [léase, modifique] [las decisiones impugnadas], visto que [se] consideró que [los signos serían distintivos] en España y eventualmente en Italia».
- 20 De los escritos de la interviniente a los que se acaba de hacer referencia en el apartado 19 *supra* se desprende que dicha parte se limita a impugnar ciertos motivos apreciados por la Sala de Recurso y a proponer al Tribunal de Primera Instancia que acoja motivos adicionales que justifican, en su opinión, que se declare la nulidad de las marcas controvertidas. Sin embargo, la interviniente no discute el alcance de las resoluciones impugnadas, que declararon la nulidad de estas marcas. Por tanto, no cabe considerar que la interviniente solicita que se modifiquen las resoluciones impugnadas en el sentido del artículo 63 del Reglamento nº 40/94.
- 21 Por otra parte, la interviniente solicita, fundamentalmente, que el Tribunal de Primera Instancia ordene a la OAMI declarar la nulidad de las marcas de que se trata.

- 22 A este respecto, es preciso recordar que, conforme al artículo 63, apartado 6, del Reglamento nº 40/94, la OAMI está obligada a adoptar las medidas necesarias para dar cumplimiento a la sentencia del juez comunitario. Por consiguiente, no corresponde al Tribunal de Primera Instancia dirigir una orden conminatoria a la OAMI. En efecto, a ésta le incumbe extraer las consecuencias del fallo y de los fundamentos de las sentencias del Tribunal de Primera Instancia [sentencias del Tribunal de Primera Instancia de 31 de enero de 2001, Mitsubishi HiTec Paper Bielefeld/OAMI (Giroform), T-331/99, Rec. p. II-433, apartado 33; de 27 de febrero de 2002, Eurocool Logistik/OAMI (EUROCOOL), T-34/00, Rec. p. II-683, apartado 12, y de 3 de julio de 2003, José Alejandro/OAMI — Anheuser-Busch (BUDMEN), T-129/01, Rec. p. II-2251, apartado 22]. Por tanto, procede declarar la inadmisibilidad de las pretensiones de la interviniente dirigidas a que el Tribunal de Primera Instancia ordene a la OAMI declarar la nulidad de las marcas de que se trata.
- 23 Por último, la interviniente solicita que se condene a la demandante a cargar con las costas de los procedimientos de anulación y de recurso.
- 24 Procede recordar que, a tenor del artículo 136, apartado 2, del Reglamento de Procedimiento, los «gastos indispensables en que hubieran incurrido las partes con motivo del procedimiento ante la Sala de Recurso, así como los gastos incurridos a efectos de la presentación, mencionada en el párrafo segundo del apartado 4 del artículo 131, de las traducciones de las memorias o escritos a la lengua de procedimiento, se considerarán costas recuperables». De ello se deriva que las costas efectuadas con motivo del procedimiento de anulación no pueden considerarse costas recuperables. Por tanto, procede declarar la inadmisibilidad de las pretensiones de la interviniente dirigidas a que se condene en costas a la demandante, en lo que atañe a las costas del procedimiento de anulación.

Sobre el fondo

- 25 En apoyo de sus recursos de anulación, la demandante formula dos motivos basados, respectivamente, en la infracción del artículo 7, apartado 1, letra b), del Reglamento nº 40/94 y en la infracción del artículo 7, apartado 1 letra c), del mismo Reglamento.

26 Procede comenzar examinando el segundo motivo.

Sobre el segundo motivo, basado en la infracción del artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento nº 40/94

Alegaciones de las partes

27 La demandante sostiene que la prohibición prevista en el artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento nº 40/94 concierne a aquellas indicaciones habitualmente utilizadas para describir las principales características del producto o servicio así como las indicaciones razonablemente susceptibles de cumplir esta función informativa. A su juicio, el objeto de esta prohibición no es otro que evitar que se registren como marcas signos o indicaciones que, por su identidad con medios habituales de designación de los productos o servicios de que se trate o de sus características, no permitan cumplir la función de identificación de la empresa que los comercializa.

28 En su opinión, la Sala de Recurso consideró erróneamente que las marcas controvertidas se componen exclusivamente de signos descriptivos de las características de los productos a que se refieren. La demandante considera que la Sala de Recurso se limitó a examinar los palos de espadas y bastos de la baraja respecto a las disposiciones del artículo 7, apartado 1, letra b), del Reglamento nº 40/94.

29 A juicio de la demandante, al obrar así, la Sala de Recurso omitió el desarrollo de cualquier razonamiento autónomo e independiente relativo a la presunta infracción del artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento nº 40/94 por parte de las marcas de que se trata.

- 30 Alega, además, que la Sala de Recurso extendió de manera excesiva el ámbito de aplicación de la prohibición prevista en esta disposición. En su opinión, los signos que representan al caballo de bastos y al rey de espadas no están integrados exclusivamente por elementos descriptivos.
- 31 Según la demandante, por lo que respecta al caballo de bastos, la marca integra un primer elemento supuestamente descriptivo, a saber, el basto que sujeta el jinete a caballo, y un segundo elemento que no responde en modo alguno a esta definición, a saber, el diseño del jinete a caballo, que adquiere una mayor importancia y confiere a la marca un carácter singular y distintivo que supera la dimensión presuntamente descriptiva de cada uno de sus elementos considerado aisladamente. Estas mismas consideraciones se aplican en su opinión al diseño del rey de espadas, cuyo elemento supuestamente descriptivo es la espada que éste sujeta.
- 32 A su juicio, la Sala de Recurso pasó por alto que los elementos que componen las marcas controvertidas no son signos necesarios para identificar ningún género concreto de productos, como podrían ser las cartas del palo de bastos o de espadas de la baraja española, sino que se trata de diseños singulares y característicos, de entre los múltiples que existen, para designar una espada o un naipe de esta baraja. La demandante subraya que existen cientos de diseños diferentes para identificar las diez o doce cartas de los palos de espadas o bastos, que componen la baraja española de 40 o 48 cartas. Por lo que respecta a la espada, el diseño que compone la marca de que se trata no corresponde a ninguna de las cartas de la baraja española, puesto que se trata de un diseño de fantasía. Los documentos presentados ante la OAMI demuestran en su opinión que no existe norma o restricción alguna en cuanto a la forma, el color o los detalles de las figuras de la baraja española.
- 33 La demandante rebate la tesis de la Sala de Recurso, según la cual el público destinatario, residente fuera de España o Italia, percibirá las marcas como uno de los palos de la baraja española. En efecto, según la demandante, es improbable que el público residente fuera de los referidos territorios sepa que la baraja española tiene

cuatro palos, entre ellos el de espadas y el de bastos, y conozca los diferentes naipes que la componen. En cualquier caso, es improbable que el consumidor retenga en su memoria el aspecto del basto sujeto por el jinete o la espada del rey y establezca una conexión directa e inmediata entre el signo en cuestión y los diferentes palos de la baraja española.

- 34 Según la demandante, cuando el consumidor potencial de naipes se halle ante las representaciones gráficas de que se trata, no percibirá que dichos signos distintivos hacen alusión a uno de los palos de la baraja española (por lo que respecta al diseño que representa una pequeña espada) o a uno de los naipes de la baraja española (por lo que respecta a los símbolos que representan al caballo de bastos y al rey de espadas), sino que los percibirá como signos asociados a un determinado fabricante de naipes.
- 35 La OAMI sostiene que la Sala de Recurso aplicó correctamente el Reglamento nº 40/94, pues en ningún momento consideró que los dos motivos de denegación absolutos previstos en el artículo 7, apartado 1, letras b) y c), respectivamente, de dicho Reglamento sean interdependientes, ni negó que cada uno de ellos tenga su propio ámbito de aplicación. Cosa distinta es que, partiendo de una misma argumentación, la Sala de Recurso llegara a la conclusión de que los signos controvertidos están incursos en los dos motivos de denegación absolutos.
- 36 A su juicio, por tanto, la Sala de Recurso estimó correctamente que la simple y banal espada y los naipes simples y banales que contienen la representación del caballo de bastos y del rey de espadas remiten de forma inmediata y directa a los productos que estos signos deberían identificar y dicha Sala llegó correctamente a la conclusión de que los signos eran descriptivos, ya que serían considerados por el consumidor medio de naipes como la representación de características de las cartas de la baraja española.
- 37 La interviniente alega que las marcas controvertidas se componen exclusivamente de signos que describen las características de los productos de que se trata: naipe de

tipo español del palo de espadas y de valor uno; naipe de tipo español del palo de bastos y de figura caballo; naipe de tipo español del palo de espadas y de figura rey. En su opinión, no puede entenderse en ningún caso que estos signos designan otro naipe. Por tanto, el público destinatario recibirá inmediatamente información de la especie del producto (naipe), del destino de dicho producto (elemento de una baraja necesario para jugar a las cartas) y de la calidad, de la cantidad y del valor del referido producto.

Apreciación del Tribunal de Primera Instancia

- 38 Procede recordar que, a tenor del artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento nº 40/94, se denegará el registro de «las marcas que estén compuestas exclusivamente por signos o por indicaciones que puedan servir, en el comercio, para designar la especie, la calidad, la cantidad, el destino, el valor, la procedencia geográfica o la época de producción del producto o de la prestación del servicio, u otras características del producto o del servicio». Además, el artículo 7, apartado 2, del mismo Reglamento dispone que el «apartado 1 se aplicará incluso si los motivos de denegación sólo existieren en una parte de la Comunidad».
- 39 El artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento nº 40/94 impide que los signos o las indicaciones a que se refiere se reserven a una sola empresa debido a su registro como marca. Así, esta disposición persigue un objetivo de interés general que exige que los signos o indicaciones puedan ser libremente utilizados por todos (véanse, por analogía, las sentencias del Tribunal de Justicia de 4 de mayo de 1999, Windsurfing Chiemsee, asuntos acumulados C-108/97 y C-109/97, Rec. p. I-2779, apartado 25; de 8 de abril de 2003, Linde y otros, asuntos acumulados C-53/01 a C-55/01, Rec. p. I-3161, apartado 73; de 6 de mayo de 2003, Libertel, C-104/01, Rec. p. I-3793, apartado 52; de 12 de febrero de 2004, Koninklijke KPN Nederland, C-363/99, Rec. p. I-1619, apartado 95, y Campina Melkunie, C-265/00, Rec. p. I-1699, apartado 35).

- 40 Los signos y las indicaciones a que se refiere el artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento nº 40/94 son los que pueden servir, en el uso normal desde el punto de vista del consumidor, para designar, directamente o mediante la mención de una de sus características esenciales, un producto o un servicio como aquel para el que se solicita el registro (sentencia del Tribunal de Justicia de 20 de septiembre de 2001, Procter & Gamble/OAMI, C-383/99 P, Rec. p. I-6251, apartado 39).
- 41 La apreciación del carácter descriptivo de una marca debe efectuarse, por un lado, en relación con los productos o los servicios para los que se solicita el registro del signo y, por otro, en relación con la forma en que lo percibe el público destinatario, constituido por el consumidor de estos productos o servicios [sentencia del Tribunal de Primera Instancia de 20 de marzo de 2002, DaimlerChrysler/OAMI (CAR-CARD), T-356/00, Rec. p. II-1963, apartado 25].
- 42 En el presente caso, procede señalar, en primer lugar, que los productos designados por las marcas controvertidas son naipes. Consta que se trata, en particular, de naipes denominados españoles, utilizados de forma habitual en España, aunque la demandante afirme asimismo utilizar las marcas de que se trata para otros tipos de naipes.
- 43 De los autos se desprende que la baraja española se compone de 40 o 48 naipes, que van del as al siete o al nueve, seguidos de la sota, el caballo y el rey. Los cuatro palos son oros, copas, bastos y espadas.
- 44 Consta, por tanto, que dos de las tres marcas de que se trata representan dos de los naipes españoles: el caballo de bastos (asunto T-161/02) y el rey de espadas (asunto T-162/02). Por su parte, la representación de la espada (asunto T-162/02) no corresponde, como tal, a la representación de uno de estos naipes, sino que consiste

en un elemento, en un símbolo, que se utiliza como representante del palo para los naipes del palo de espadas. No representa el valor uno o «as» de los naipes del palo de espadas, contrariamente a lo que alega la interviniente. En efecto, de los documentos obrantes en autos se desprende que el naipe que representa al as del palo de espadas es diferente del símbolo reproducido en el apartado 2 *supra*.

- 45 En cuanto al público destinatario, procede señalar que se trata de todos los consumidores potenciales, en particular españoles, de naipes. Los productos en cuestión están destinados al consumo general y no sólo a los profesionales o aficionados a los juegos de cartas, puesto que cualquier persona puede en un momento dado adquirir estos productos ya sea de forma regular o esporádica. Por tanto, el público destinatario es el consumidor medio normalmente perspicaz e informado, en particular en España.
- 46 Así, a efectos de la aplicación del artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento nº 40/94, es preciso examinar si existe, desde el punto de vista del público destinatario, una relación suficientemente directa y concreta entre las marcas figurativas que representan el caballo de bastos y el rey de espadas y las categorías de productos para las que se concedió el registro [véase, en este sentido, la sentencia del Tribunal de Primera Instancia de 20 de marzo de 2002, DaimlerChrysler/OAMI (TELE AID), T-355/00, Rec. p. II-1939, apartado 28].
- 47 A este respecto, procede señalar que los diseños del caballo de bastos y del rey de espadas evocan directamente naipes en el público destinatario, aun cuando una parte de este público no conozca necesariamente los naipes españoles. En efecto, todos los que han jugado con cualquier tipo de cartas identifican en estos diseños la representación de un naipe, dado que el rey y el caballo son símbolos corrientemente utilizados en los naipes. Esta apreciación no queda desvirtuada por el hecho de que el público que no conoce los naipes españoles no sea necesariamente capaz de establecer un vínculo directo entre estos diseños y el palo específico y el valor específico de cada uno de estos dos naipes.

- 48 En cualquier caso, en la mente del público español, los diseños de que se trata designan directamente el color y el valor precisos de dos naipes españoles. En efecto, el consumidor potencial español de naipes percibirá que cada uno de los signos de que se trata hace alusión a un naipe específico.
- 49 A este respecto, procede señalar que, si bien existen numerosas representaciones diferentes que permiten identificar los naipes de un determinado palo, como sostiene la demandante, toda empresa que fabrica y comercializa naipes españoles utiliza necesariamente los símbolos del jinete y del basto para identificar el naipe correspondiente al valor once del palo de bastos o los del rey y la espada para identificar el naipe correspondiente al valor doce del palo de espadas. Por tanto, no cabe acoger la alegación de la demandante según la cual no existe regla alguna o restricción en cuanto a la forma, color y detalles de cada figura de la baraja española.
- 50 Además, procede recordar que, si bien el artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento nº 40/94 establece que, para incurrir en la causa de denegación de registro que éste prevé, la marca debe componerse «exclusivamente» de signos o indicaciones que puedan servir para designar características de los productos o servicios en cuestión, no exige, en cambio, que tales signos o indicaciones sean el único modo de designar dichas características (véanse, por analogía, las sentencias Koninklijke KPN Nederland, antes citada, apartado 57, y Campina Melkunie, antes citada, apartado 42). Por tanto, la posibilidad de diseñar de modo un tanto diferente un jinete a caballo, un rey, una espada y un basto no obsta en absoluto al hecho de que las marcas en cuestión son descriptivas de características de los naipes.
- 51 Por tanto, y en particular para el público español, existe una relación directa y concreta entre las marcas controvertidas y los naipes.

- 52 En segundo lugar, debe examinarse si, desde el punto de vista del público destinatario, existe una relación suficientemente directa y concreta entre la marca figurativa correspondiente a la representación de la espada y las categorías de productos para las que se concedió el registro.
- 53 Procede señalar que el consumidor potencial, usuario de naipes, al menos en España, percibirá que el signo de que se trata hace alusión a uno de los palos de la baraja española. Por tanto, al menos para el público español, existe una relación directa y concreta entre la marca controvertida y los productos de que se trata, es decir, los naipes.
- 54 Además, toda empresa que fabrica y comercializa naipes españoles utiliza necesariamente el símbolo de la espada para identificar los naipes del palo de espadas.
- 55 Dado que basta que exista un motivo de denegación absoluto en parte de la Comunidad para justificar la denegación del registro de una marca, basta que la marca figurativa consistente en la representación de una espada sea descriptiva en España.
- 56 En tercer lugar, contrariamente a lo que alega la demandante, el registro de los signos de que se trata podría tener el efecto de impedir el registro o la utilización de otros diseños del palo de espadas o de naipes correspondientes al caballo de bastos y al rey de espadas de la baraja española.

- 57 En estas circunstancias, procede considerar que las marcas controvertidas son descriptivas de las características de los productos designados.
- 58 Por lo que respecta a la alegación de la demandante según la cual la Sala de Recurso omitió el desarrollo de cualquier razonamiento autónomo e independiente relativo a la presunta infracción del artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento nº 40/94, procede señalar que cada uno de los motivos de denegación del registro recogidos en el artículo 7, apartado 1, del Reglamento nº 40/94 es independiente de los demás y exige un examen por separado. Además, es preciso interpretar dichos motivos de denegación a la luz del interés general que subyace tras cada uno de ellos. El interés general tomado en consideración al examinar cada uno de estos motivos de denegación puede, e incluso debe, reflejar distintas consideraciones, en función del motivo de denegación de que se trate (sentencias del Tribunal de Justicia de 29 de abril de 2004, Henkel/OAMI, asuntos acumulados C-456/01 P y C-457/01 P, Rec. p. I-5089, apartados 45 y 46, y de 16 de septiembre de 2004, SAT.1/OAMI, C-329/02 P, Rec. p. I-0000, apartado 25).
- 59 Sin embargo, existe una superposición evidente de los ámbitos de aplicación respectivos de los motivos enunciados en las letras b) a d) del artículo 7, apartado 1, del Reglamento nº 40/94. En particular, una marca que es descriptiva de las características de ciertos productos o servicios, en el sentido del artículo 7, apartado 1, letra c), de dicho Reglamento carece necesariamente, como consecuencia de ello, de carácter distintivo con respecto a esos mismos productos o servicios, en el sentido de la letra b) de dicha disposición. Una marca puede, no obstante, carecer de carácter distintivo con respecto a productos o servicios por razones diferentes de su eventual carácter descriptivo (véanse, por analogía, las sentencias Koninklijke KPN Nederland, antes citada, apartados 85 y 86, y Campina Melkunie, antes citada, apartados 18 y 19).
- 60 En el presente caso, el hecho de que la Sala de Recurso llegara a la conclusión de que los signos controvertidos carecían de carácter distintivo en el sentido del artículo 7, apartado 1, letra b), del Reglamento nº 40/94 y al mismo tiempo eran descriptivos en el sentido del artículo 7, apartado 1, letra c), del mismo Reglamento, en la medida en que el usuario medio de estos naipes consideraría que representan características de los naipes españoles, no puede constituir una infracción del artículo 7, apartado 1,

del Reglamento n° 40/94. Contrariamente a lo que la demandante alegó en la vista, el razonamiento en que se basan las resoluciones impugnadas no es contrario a los principios establecidos en la sentencia SAT.1/OAMI, antes citada, dado que se cumple el requisito de aplicación del artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento n° 40/94.

- 61 Por consiguiente, procede desestimar el segundo motivo de la demandante.
- 62 En estas circunstancias y dado que basta que se aplique uno de los motivos de denegación absolutos enumerados para que el signo no pueda registrarse como marca comunitaria [sentencia del Tribunal de Justicia de 19 de septiembre de 2002, DKV/OAMI, C-104/00 P, Rec. p. I-7561, apartado 29; sentencia Giroform, antes citada, apartado 30, y sentencia del Tribunal de Primera Instancia de 27 de noviembre de 2003, Quick/OAMI (Quick), T-348/02, Rec. p. II-0000, apartado 37], no procede examinar el primer motivo de la demandante.
- 63 Por tanto, de todo lo anterior se desprende que procede desestimar el recurso.

Costas

- 64 A tenor del artículo 87, apartado 2, del Reglamento de Procedimiento, la parte que pierda el proceso será condenada en costas, si así lo hubiera solicitado la otra parte. Al haber sido desestimadas las pretensiones de la demandante, procede condenarla al pago de las costas de la OAMI y de la parte interviniente, salvo las correspondientes al procedimiento ante la División de Anulación, conforme a lo solicitado por éstas.

En virtud de todo lo expuesto,

EL TRIBUNAL DE PRIMERA INSTANCIA (Sala Tercera)

decide:

- 1) **Desestimar los recursos.**

- 2) **Declarar la inadmisibilidad de las pretensiones de la interviniente dirigidas a la condena en costas de la demandante, por lo que respecta a los gastos relativos al procedimiento ante la División de Anulación.**

- 3) **Condenar a la demandante al pago de las costas de la Oficina de Armonización del Mercado Interior (marcas, dibujos y modelos) y de las demás costas de la interviniente.**

- 4) **Desestimar en lo demás las pretensiones de la interviniente.**

Pronunciada en audiencia pública en Luxemburgo, a 11 de mayo 2005.

El Secretario

H. Jung

El Presidente

M. Jaeger